mediametrie

Levallois, le 05 mai 2006

COMMUNIQUE DE PRESSE

L'audience de l'Internet en France

Mars 2006

Près de 27 millions d'internautes en France
Un taux de croissance qui se ralentit

Evolution de la population internaute

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet – Mars 2006 – Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

En mars 2006, 26 783 000 Français âgés de 11 ans et plus se sont connectés à Internet au cours du dernier mois, soit 51,3% de la population âgée de 11 ans et plus.
La population internaute a progressé de 5 % en un an de mars 2005 à mars 2006.
A titre de comparaison, le taux de progression était de 14% entre décembre 2005 et décembre 2006 et de 7% entre juin 2004 et juin 2005.

	Mars 2006	Mars 2005	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet au cours du dernier mois, quel que soit le lieu de connexion	**26 783 000** **Soit 51,3% des Français**	25 497 000 soit 49,2% des Français	+ 5%

La population internaute connectée à domicile en haut débit

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet – Mars 2006 – Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

16 430 000 internautes sont connectés à domicile en haut débit, soit plus de 8 internautes sur 10 (83,9%).
En un an, le nombre d'internautes connectés en haut débit à domicile a progressé de 4 226 000 Français (+35%).

	Mars 2006	Mars 2005	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet à domicile **via une connexion haut débit (câble ou ADSL)** au cours du dernier mois	**16 430 000** **soit 83,9% des internautes domicile**	12 204 000 soit 72,5% des internautes domicile	+ 35%

Evolution de l'équipement multimédia des Français

Source : Médiamétrie / GfK – La Référence des Equipements Multimédias – 1er Trimestre 2006 –
Copyright Médiamétrie et GfK– Tous droits réservés

Plus de la moitié des foyers français (50,6%) sont désormais équipés d'un micro-ordinateur. Au 1er trimestre 2006, plus de 9,9 millions de foyers ont accès à Internet ce qui représente près de 4 foyers sur 10 (38,8%) contre 31,7% des foyers au 1er trimestre 2005.

	1er trimestre 2006	4ème trimestre 2005	1er trimestre 2005
Nombre de foyers équipés d'un micro-ordinateur	**12 914 000** **soit 50,6 % des foyers**	12 425 000 soit 49,1 % des foyers	11 641 000 soit 46 % des foyers
Nombre de foyers ayant accès à Internet	**9 911 000** **soit 38,8 % des foyers**	9 532 000 soit 37,7 % des foyers	8 022 000 soit 31,7 % des foyers

Le temps passé par visiteur unique(2) sur le web
Applications Internet exclues(3)

Source : Médiamétrie//NetRatings – Panel France – Domicile et /ou Lieu de travail – Mars 2006 –
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

En Mars 2006, le temps passé sur le web par visiteur unique à domicile et/ou sur le lieu de travail est de 23h15mn contre 20h25mn en février 2006 et de 19h15mn en Mars 2005.
Le temps passé a augmenté de 4h depuis un an.

Le Top 30 des sites les plus visités en France
Applications Internet exclues(3)

Source : Médiamétrie//NetRatings – Panel France – Domicile et /ou Lieu de travail – Mars 2006 –
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque (4)	Visiteurs Uniques (2)	Nombre de visites par internautes
1	Google	15 510 000	17,6
2	Wanadoo	12 016 000	14,0
3	Free	11 816 000	8,5
4	MSN	11 574 000	12,3
5	Microsoft	11 115 000	7,2
6	Yahoo!	9 633 000	9,1
7	PagesJaunes	7 967 000	4,2
8	Voila	7 024 000	5,6
9	eBay	6 413 000	9,0
10	Lycos Europe	6 050 000	3,9
11	Mappy	5 944 000	2,3
12	voyages-sncf.com	5 487 000	2,8
13	Alice	5 367 000	6,2
14	Cdiscount.com	4 825 000	3,3
15	Fnac	4 706 000	3,3
16	01Net	4 647 000	2,6
17	L Internaute	4 535 000	3,2
18	TF1	4 526 000	5,3
19	Skyrock Network	4 400 000	7,4
20	La Redoute	3 964 000	2,9
21	ViaMichelin	3 775 000	2,2
22	Amazon	3 765 000	2,3
23	Wikipedia	3 737 000	1,9
24	AOL(*)	3 726 000	8,5
25	LA POSTE	3 452 000	6,1
26	Credit Agricole	3 416 000	6,8
27	Club-Internet	3 411 000	7,4
28	France Televisions	3 351 000	2,4
29	PriceMinister	3 351 000	2,8
30	Camif	2 989 000	2,2

* Hors AOL Propriétaire

Le Top 30 des sites les plus visités en France
Applications Internet incluses (3)

Source : Médiamétrie//NetRatings – Panel France – Domicile et /ou Lieu de travail - Mars 2006 –
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque (4)	Visiteurs uniques (2)	Nombre de visites par internautes
1	Google	15 565 000	15,9
2	Microsoft	14 638 000	10,4
3	MSN	13 318 000	18,4
4	Wanadoo	12 336 000	16,2
5	Free	11 816 000	8,0
6	Yahoo!	9 857 000	8,9
7	PagesJaunes	7 967 000	4,0
8	Voila	7 024 000	5,3
9	eBay	6 413 000	8,4
10	Lycos Europe	6 050 000	3,7
11	Mappy	5 944 000	2,2
12	voyages-sncf.com	5 487 000	2,8
13	Alice	5 367 000	5,9
14	AOL	5 361 000	14,4
15	Cdiscount.com	4 825 000	3,2
16	Fnac	4 706 000	3,3
17	01Net	4 647 000	2,6
18	eMule	4 556 000	18,5
19	L Internaute	4 535 000	3,1
20	TF1	4 526 000	5,1
21	Skyrock Network	4 404 000	6,8
22	Real	4 076 000	5,4
23	La Redoute	3 964 000	2,8
24	Apple	3 891 000	4,5
25	ViaMichelin	3 775 000	2,1
26	Amazon	3 765 000	2,3
27	Wikipedia	3 737 000	1,9
28	LA POSTE	3 452 000	5,7
29	Credit Agricole	3 416 000	6,7
30	Club-Internet	3 411 000	6,9

Le Top 50 des sites supports de publicité, souscripteurs du service

Applications Internet exclues [3]

Source : Médiamétrie//NetRatings – Panel France – Domicile et /ou Lieu de travail – Mars 2006 –
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque [4]	Visiteurs Uniques [2]
1	Google	15 510 000
2	Wanadoo	12 016 000
3	MSN	11 574 000
4	Yahoo!	9 633 000
5	PagesJaunes	7 967 000
6	Voila	7 024 000
7	Lycos Europe	6 050 000
8	Mappy	5 944 000
9	Alice	5 367 000
10	01Net	4 647 000
11	L Internaute	4 535 000
12	TF1	4 526 000
13	Skyrock Network	4 400 000
14	ViaMichelin	3 775 000
15	AOL(*)	3 726 000
16	LA POSTE	3 452 000
17	Club-Internet	3 411 000
18	France Televisions	3 351 000
19	Doctissimo Network	2 935 000
20	AlloCine	2 926 000
21	aufeminin.com	2 828 000
22	Alapage	2 606 000
23	M6	2 359 000
24	LeGuide.com	2 170 000
25	Mistergooddeal	2 016 000
26	Orange	1 967 000
27	Infos-du-Net.com	1 961 000
28	Le Monde	1 868 000
29	Shopping.com Network	1 830 000
30	Boursorama	1 802 000
31	nouvelobs.com	1 781 000
32	lastminute.com Network	1 676 000
33	Expedia	1 589 000
34	ZDNet	1 585 000
35	Groupe Express-Expansion	1 545 000
36	Le Figaro	1 416 000
37	Le Journal du Net	1 380 000
38	Presence PC	1 348 000
39	Monsieur Prix	1 315 000
40	Radio France	1 257 000
41	Meetic	1 236 000
42	Liberation	1 199 000
43	Caradisiac	1 168 000
44	RTL net	1 095 000
45	CNET~	1 025 000
46	C Mon Jour	954 000
47	Virgin Entertainment	948 000
48	Les Echos	881 000
49	Webmarchand / Shopwahl	814 000
50	Lacentrale.fr	784 000

* Hors AOL Propriétaire

Définitions et Méthodologies

DEFINITIONS

[1] **Internautes** : la population internaute de référence de ce communiqué est la population des « internautes dernier mois âgés de 11 ans et + », soit les individus s'étant connectés à Internet au cours des 30 derniers jours quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux (lieux d'éducation, lieux publics ou privés tels les cybercafés, les bibliothèques, chez des amis…)

[2] **Visiteurs Uniques** : le nombre total d'individus ayant visité une brand au moins une fois pour la période concernée. Les individus ayant visité la même brand plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

[3] **Application Internet** : une Application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créé pour être utilisé avec Internet.
- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/video, applications de partage de fichiers média...
- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

[4] **Marque ou Brand** : le niveau « Brand » détaille l'audience des marques. Une brand est un agrégat de domaines, de sites uniques et/ou de pages rattachés à une même marque (exemple : si le site de la marque A est consultable aux adresses marqueA.fr et marqueA.com, la Brand marqueA agrégera l'audience de marqueA.fr et de marqueA.com).

METHODOLOGIES

A/ Les Observatoires Numériques

Les Observatoires Numériques de Médiamétrie est la gamme d'études de référence en matière d'équipements et d'usages Internet et Multimédias qui permet :

- de connaître et de mieux appréhender le média Internet avec « Les 30 Chiffres clés de l'Internet » qui regroupent l'essentiel des informations du média,
- d'analyser en profondeur l'équipement multimédias des foyers français et l'évolution de la population internaute et de ses usages, avec deux grands dispositifs de suivi barométrique : la Référence des Equipements Multimédias et l'Observatoire des Usages Internet,
- de comprendre les différentes caractéristiques des secteurs de l'Internet et du Multimédia avec des études thématiques dans les domaines de l'e-commerce, de la finance, des fournisseurs d'accès Internet, des services en ligne, de la téléphonie mobile,etc.

L'Observatoire des Usages Internet : réalisé chaque mois auprès de 1 000 individus âgés de 11 ans et plus interrogés par téléphone, l'Observatoire des Usages Internet permet de regrouper les principales informations sur les internautes. Il étudie en parallèle les internautes et les non-internautes, de façon à pouvoir comparer le profil de ces deux populations. Le profil des internautes couvre une large gamme de critères d'analyse : démographiques, sociologiques, géographiques, économiques, loisirs, médias, multimédias...Pour enrichir la connaissance des internautes, ceux-ci sont interrogés sur leur type de connexion et les principaux usages qu'ils font d'Internet.

La Référence des Équipements Multimédias fournit la référence unique sur les équipements médias et multimédias des foyers français. Elle est réalisée conjointement par Médiamétrie et GfK chaque trimestre auprès d'un échantillon représentatif de 6 000 Français âgés de 15 ans et plus, interrogés en face à face sur les équipements médias et multimédias présents dans le foyer.
L'étude simultanée des équipements audiovisuels, téléphoniques, micro-informatiques et de l'accès à Internet permet d'obtenir une vision globale et évolutive du parc multimédia des foyers français.

B/ Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings

Les résultats mensuels du Panel France de Médiamétrie//NetRatings sont issus d'un échantillon de plus de 7 000 individus âgés de 2 ans et plus. Cet échantillon est représentatif de la population des internautes âgés de 2 ans et plus résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et/ou sur le lieu de travail.

Dans ce communiqué, seuls sont mentionnés les sites ayant eu au moins la visite de 40 panélistes sur la période de l'enquête.

Ces informations générales concernant l'audience et les habitudes d'utilisation d'Internet peuvent être affinées en fonction des cibles (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…) et des catégories de sites (évolution des sites d'information généralistes, des sites de e-commerce, des sites de voyages…)

A propos de Médiamétrie

Médiamétrie est l'entreprise interprofessionnelle de mesure d'audience et d'études des médias audiovisuels et interactifs. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et interactifs à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence professionnelle unique pour l'ensemble des acteurs du marché, avec le consensus général. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, le Cinéma, l'Internet et les Nouveaux Médias.
En 2005, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 40,2 millions d'euros avec un effectif de 353 personnes.

A propos de Médiamétrie//NetRatings

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et NetRatings qui commercialise et développe les résultats du service «Nielsen//NetRatings». Ce service permet de mesurer l'audience des sites Internet en France.

Pour toute information presse contacter :
Mouna ABKARI
Tél. : 01 47 58 97 55 - 06 26 34 43 33
Fax : 01 47 58 09 26 - E-mail : mabkari@mediametrie.fr
www.mediametrie.fr